

ANALISIS KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE NOKIA
DI PLAZA MARINA
SURABAYA
SKRIPSI



Diajukan oleh :

NETTY RODIYAH
1012010068 / FEB / EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2014

ANALISIS KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE NOKIA

DI PLAZA MARINA

SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis

Jurusan Manajemen



Diajukan oleh :

NETTY RODIYAH

1012010068 / FEB / EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2014

USULAN PENELITIAN

ANALISIS KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE NOKIA DI PLAZA MARINA
SURABAYA

Yang Diajukan

NETTY RODIYAH
1012010068 /FEB / EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh

Pembimbing Utama

Tanggal :

Drs. Ec. Hery Pudjo P, MM.
NIP. 196203181988031002

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM.
NIP. 196509071991031001

USULAN PENELITIAN

ANALISIS KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE NOKIA DI PLAZA MARINA
SURABAYA

Yang Diajukan

NETTY RODIYAH
1012010068 / FEB / EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh

Pembimbing Utama

Tanggal :

Drs. Ec. Hery Pudjo P, MM.
NIP. 196203181988031002

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM.
NIP. 196509071991031001

SKRIPSI

ANALISIS KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE NOKIA DI PLAZA MARINA
SURABAYA

Yang Diajukan

NETTY RODIYAH
1012010068 / FEB / EM

Disetujui untuk ujian skripsi oleh

Pembimbing Utama

Tanggal :

Drs. Ec. Hery Pudjo P, MM.
NIP. 196203181988031002

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Jawa Timur

Drs. Ec. Ra. Suwaidi, MS
NIP. 196003301986031003

SKRIPSI
ANALISIS KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE NOKIA DI PLAZA MARINA
SURABAYA

Disusun oleh:

RINA PUSPITASARI
1012010071/FE/EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim penguji Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada tanggal : 28 Maret 2014

Pembimbing :

Tim Penguji:

Pembimbing utama

Ketua

Drs. Ec. Hery Pudjo P, MM.
NIP. 196203181988031002

Dr.Eko Purwanto, MSi.
NIP. 195903291987031001
Sekertaris

Dra.Ec.Nurjanti Takarini.MSi.
NIP.196508141991032001
Anggota

Drs. Ec. Hery Pudjo P, MM.
NIP.196203181988031002

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Dr.Dhani Ichsanuddin Nur,MM
NIP.196309241989031001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Depot Bakso “Cak Mad” Surabaya dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, petunjuk serta bantuan baik spiritual maupun materiil, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Sudarto, MP selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, MS. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Drs.Ec.Hery Pudjoprastyono, MM selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan skripsi sehingga peneliti bisa merampungkan tugas skripsinya.

5. Para Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Kepada kedua orang tua dan kakak-kakaku tercinta yang telah memberikan dukungan baik moril ataupun material.
7. Kepada teman – temanku kuliah yang telah memberikan dukungannya baik moril maupun material saya ucapkan terima kasih
8. Berbagai pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah disusun dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat berharap saran dan kritik membangun dari pembaca dan pihak lain.

Akhir kata, Peneliti berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Salam hormat,

Surabaya,

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAKSI	ix
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 10
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Definisi Pemasaran	12
2.2.2 Kualitas Produk	13
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	13
2.2.2.2 Indikator Kualitas Produk	14
2.2.2.3 Kinerja Produk (Performance)	15
2.2.2.4 Tampilan Produk (Aesthetic)	15

2.2.2.5	Daya Tahan Produk (Durability)	15
2.2.2.6	Keandalan (Reability)	15
2.2.2.7	Kemudahan Perbaikan (Repairability)	16
2.2.3	Citra Merek (Brand Image)	16
2.2.3.1	Pengertian Citra Merek	16
2.2.3.2	Indikator Citra Merek	18
2.2.3.3	Citra Perusahaan (Coorporate Image)	18
2.2.3.4	Citra Pemakai (User Image)	18
2.2.3.5	Citra Produk (Product Image)	18
2.2.4	Harga (Price)	19
2.2.4.1	Pengertian Harga	19
2.2.4.2	Tujuan Penetapan Harga	21
2.2.4.3	Indikator Harga	22
2.2.4.4	Keterjangkauan Harga	22
2.2.4.5	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	23
2.2.4.6	Daya Saing Harga	23
2.2.4.7	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	24
2.2.5	Keputusan Pembelian	24
2.2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	24
2.2.5.2	Proses Keputusan Pembelian	25
2.2.5.3	Indikator Keputusan Pembelian	27
2.2.6	Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	28

2.2.7 Pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.2.8 Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3 Kerangka Konseptual	31
2.4 Hi potesis	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	32
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	32
3.1.2 Skala Pengukuran Variabel	37
3.2 Teknik Pengumpulan Sampel	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	
3.3.1 Jenis Data	39
3.3.2 Sumber Data	40
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis	41
3.4.1 Teknik Analisis	41
3.4.1.1 Cara Kerja PLS	43
3.4.1.2 Model Spesifikasi PLS	44
3.4.1.3 Langkah - Langkah PLS	44

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Diskriptif Hasil Penelitian	59
4.1.1	Sejarah Plaza Marina Surabaya	59
4.1.2	Visi dan Misi	60
4.2	Analisis Karakteristik Responden	61
4.2.1	Deskripsi Kualitas Produk	63
4.2.2	Deskripsi Citra Produk	65
4.2.3	Deskripsi Harga	67
4.2.4	Deskripsi Keputusan Pembelian	68
4.3	Analisis Data	70
4.3.1	Evaluasi Outlier	70
4.4	PLS (Partial Least Square)	72
4.4.1	Model PLS	72
4.4.2	Uji Validitas	74
4.4.3	Composite Realibility	75
4.5	Inner Model (Pengujian Model Struktural)	76
4.5.1	R-square	76
4.5.2	Result For Inner Weigth	77
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	78
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Pejualan Smartphone Di Indonesia Th. 2008 - 2012	5
Tabel 1.2	Data Jumlah Pejualan Smartphone Di Plaza Marina Th. 2008 - 2012	6
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Umur	62
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.4	Deskripsi Kualitas Produk	63
Tabel 4.5	Deskripsi Citra Merek	65
Tabel 4.6	Deskripsi Harga	67
Tabel 4.7	Deskripsi Keputusan Pembelian	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	31
Gambar 3.1 Model Struktur pengukuran	47
Gambar 4.4 Diagram Jalur Hasil Output PLS	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kueisioner

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 : Hasil Uji Outlier, Tabel Frekuensi

Lampiran 4 : Hasil Outer Loading(Model Pengukuran dan Validitas), Inner Model
(Pengujian Model Struktural), Intepretasi PLS

ANALISIS KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE NOKIA
DI PLAZA MARINA SURABAYA

Oleh :

Netty Rodiyah

ABSTRAKSI

Popularitas smartphone memang tengah menanjak dan menjadi pilihan utama bagi sebagian masyarakat. Hal ini dipicu oleh kebutuhan akan alat komunikasi pribadi dan berbisnis. Selain itu, smartphone merupakan salah satu bentuk produk yang inovasinya tiada henti yang dapat menarik perhatian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor Kualitas produk, Citra merek dan Harga terhadap Keputusan pembelian produk smartphone Nokia di Plaza Marina Surabaya. Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, metode yang digunakan adalah non probability sampling. Pengumpulan data primer diperoleh dari penyebaran kuisioner dan data sekunder diperoleh dari perusahaan. Analisis data yang digunakan yaitu PLS (Partial Least Square).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel kualitas produk, citra merek dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Berarti bahwa keputusan pembelian memang dipengaruhi oleh kualitas produk, citra merek dan harga.

Kata kunci : Kualitas produk, Citra merek, Harga dan Keputusan Pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan kemajuan teknologi, semakin banyaknya produk yang ditawarkan di pasaran guna memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini akan memberikan kesempatan lebih luas kepada konsumen untuk memilih dan membeli produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Saat ini popularitas Smartphone memang tengah menanjak dan menjadi pilihan utama bagi sebagian masyarakat. Hal ini dipicu oleh kebutuhan akan alat komunikasi pribadi dan alat komunikasi berbisnis yang tinggi. Selain itu, Smartphone merupakan salah satu bentuk produk yang inovasinya tiada henti yang dapat menarik perhatian konsumen. Dengan rancangan yang fleksibel dan diimbangi dengan fitur-fitur atau fasilitas yang disediakan serta disesuaikan dengan perkembangan kebutuhan konsumen merupakan menjadi daya tarik yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk menggunakan produk ini.

Indonesia adalah pasar yang sangat potensial bagi negara-negara lain untuk memasarkan produknya. Sudah banyak produsen smartphone dari berbagai negara yang terjun ke pasar teknologi dan komunikasi di

Indonesia. Sudah bertahun-tahun Nokia adalah pemimpin pasar yang tidak pernah tergeser dari posisinya di puncak , akan tetapi beberapa tahun belakangan ini posisi Nokia tergeser oleh pesaing-pesaingnya seperti Samsung, Sony, Blackberry dan juga Iphone yang semakin gencar mengeluarkan dan mempromosikan produk-produknya dengan keunggulan masing-masing.

Harga merupakan faktor penting bagi konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk. Penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi jumlah produk yang mampu dijual perusahaan. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Untuk faktor harga sendiri Nokia mempunyai harga yang cukup bersaing dengan produsen lainnya.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Untuk kualitas produk sendiri Nokia dikenal sebagai produk yang awet.

Selain Harga dan kualitas produk, Citra merek juga bisa menjadi daya tarik konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Citra merek merepresentasikan keseluruhan persepsi terhadap merek produk itu sendiri. Merek yang mempunyai citra yang positif lebih memungkinkan untuk konsumen mengambil keputusan pembelian. Produk Nokia

sendiri memiliki Citra merek yang baik dimata masyarakat.

Berkaitan dengan semakin ketatnya persaingan bisnis di bidang alat komunikasi khususnya smartphone, maka agar dapat memenangkan persaingan sekaligus bertahan dan disukai oleh konsumen, counter-counter smartphone di Plaza Marina Surabaya melakukan berbagai macam strategi dalam menjalankan bisnisnya ini. selain harga yang menjadi pertimbangan dalam menjual produknya, ada pertimbangan lain yang tidak kalah pentingnya yaitu kualitas produk dan citra merek yang diberikan.

Dalam persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Disini kualitas produk berarti kualitas kinerja-kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya sesuai kebutuhan konsumen. Perusahaan memilih tingkat kualitas yang sesuai dengan kebutuhan pasar sasaran dan tingkat kualitas produk pesaing (Kotler, 2001 : 354). Dan semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2008).

Citra merek merepresentasikan keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut. Citra merek merupakan sebuah asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat merek tertentu (Kotler dan Keller, 2009 : 334). Sedangkan menurut Sutisna (2001 : 83) konsumen dengan citra yang positif terhadap suatu merek lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian.

Selain citra merek dan kualitas produk, harga juga bisa menjadi daya tarik atau penentu dalam pengambilan keputusan pembelian. Harga merupakan alat yang digunakan oleh perusahaan (pemasar) untuk memberikan penilaian terhadap suatu produk, yang dimana penilaian tersebut menyangkut kualitas produk dan citra merek produk itu sendiri.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen (pelanggan) untuk memperoleh produk (Kotler dan Amstrong, 2008 : 62). Sedangkan menurut Hasan (2008 : 298) konsep harga bagi konsumen adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Tabel 1.1
Data Jumlah penjualan smartphone di Indonesia
tahun 2008-2012
(dalam juta unit)

Merek (Brand)	Tahun				
	2008	2009	2010	2011	2012
Samsung	5,2	8,5	11,2	18,6	20,2
Apple	4,8	9,5	12,8	18,2	20
Blackberry	12	13	12	10	10
Nokia	10	9	6,2	4,4	2,9
Sony	2	2,5	3,3	4,8	6,1

Sumber : International Data Cooperation (IDC)

Dari tabel 1.1 di atas yang diperoleh dari International Data Cooperation (IDC) di dapatkan informasi bahwa pada 5 tahun terakhir ini nokia mengalami penurunan volume penjualan yang cukup drastis. Yang pada awalnya di tahun 2008 nokia berhasil menjual produknya sebanyak 10 juta unit, hanya menjadi sebesar 2,9 juta unit di tahun 2012. Secara umum menurut International Data Cooperation (IDC) fenomena penurunan volume penjualan yang di alami oleh nokia diduga diakibatkan oleh estetika (keindahan yang mencakup desain produk) yang kurang update (jaman dulu) yang akhirnya kurang menjadi daya tarik bagi kosumen, fitur-fitur dan aplikasi yang kurang beragam (sedikit) sehingga konsumen kurang tertarik. Hal-hal tersebut yang menyebabkan konsumen beralih pada produk smartphone lainnya.

Tabel 1.2
Data Penjualan Smartphone Nokia di Plaza marina Surabaya
Tahun 2008-2012
(Dalam Unit)

Tahun	Jumlah (unit)	Prosentase (%)
2008	4500	29,84
2009	3900	24,06
2010	2500	22,03
2011	1300	14,65
2012	975	9,42

Sumber : Plaza Marina Surabaya

Berdasarkan dari tabel 1.2 yang diperoleh dari di Plaza Marina Surabaya menyatakan bahwa adanya penurunan volume penjualan smartphone nokia di counter-counter Plaza Marina Surabaya selama 5 tahun belakangan ini. Tahun 2008 mampu menjual produk sebanyak 4500 unit, namun di tahun 2012 mengalami penurunan volume penjualan produk yang drastis yaitu sebesar 975 unit.

Fenomena turunnya volume penjualan yang drastis ini diduga diakibatkan oleh beberapa faktor antara lain : Pilihan Produk (warna) yang terbatas (faktor yang timbul dari produk itu sendiri) dan lain-lain. Masalah tersebut mengharuskan pemilik dan pengelola untuk segera

mengatasi situasi dan kondisi tersebut yaitu mungkin coba diatasi dengan meningkatkan produk-produk yang kualitasnya baik serta memiliki citra merek yang baik agar konsumen tetap setia membeli barang di Plaza Marina Surabaya.

Selain itu, layanan purna jual yang diberikan kepada konsumen sebagai tambahan layanan agar konsumen merasa yakin dan percaya. Layanan purna jual merupakan tanggung jawab penjual atas kualitas barang yang dijualnya yang dapat diberikan dalam bentuk konsultasi lanjutan atau garansi berupa penggantian barang rusak, pemeliharaan, penyediaan suku cadang dan sebagainya (Barata, 2004).

Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai beberapa variabel yang mempengaruhi Keputusan konsumen dalam membeli smartphone merek Nokia. Untuk membatasi permasalahan, peneliti memilih faktor atau variabel kualitas produk, citra merek dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian penelitian ini diberi judul :

"ANALISIS KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE NOKIA DI PLAZA MARINA SURABAYA".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah, maka perumusan masalah dapat dituliskan sebagai berikut :

- 1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk smartphone Nokia.
- 2) Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk smartphone Nokia.
- 3) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk smartphone Nokia.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah :

- 1) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk smartphone Nokia.
- 2) untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk smartphone Nokia.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk smartphone Nokia.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1) Manfaat bagi Perusahaan

Memberikan informasi atau masukan terhadap masalah yang dihadapi, serta dapat dijadikan bahan pertimbangan guna mengambil langkah-langkah penjualan smartphone Nokia di Plaza Marina Surabaya.

2) Manfaat bagi Peneliti

Penelitian akan memperluas wawasan serta analisis peneliti di dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli smartphone Nokia.

3) Manfaat bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah kepustakaan, khususnya UPN "Veteran" Jawa Timur sehingga terdapat tambahan referensi sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan.

4) Manfaat bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan tambahan (referensi) bagi peneliti lain guna mengembangkan penelitian dengan objek yang sama dengan yang ada dalam penelitian ini.